

## บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาต้นแบบการจัดการเนื้อโคธรรมชาติสู่ผู้บริโภค โดยใช้แหล่งผลิตเนื้อโคธรรมชาติจากจังหวัดอุบลราชธานีเป็นกรณีศึกษา ผลการวิจัยพบว่า

1. สามารถสร้างเครือข่ายผู้ผลิตเนื้อโคธรรมชาติได้ 4 กลุ่มหลักได้แก่ กลุ่มโคภูเขาชายโขง กลุ่มโคนาข้าวอินทรีย์ กลุ่มโคนาหญ้า และกลุ่มโคริมเขื่อนสิรินธร มีสมาชิกเป็นเกษตรกรทั้งสิ้น 31 ราย มีโคขึ้นทะเบียนในโครงการ 181 ตัว สามารถส่งโคเข้าชำแหละได้เดือนละ 15-20 ตัว โคที่ขึ้นทะเบียนเป็นโคพื้นเมืองเพศผู้ อายุระหว่าง 1½ - 2 ½ ปี เลี้ยงในสภาพธรรมชาติของแต่ละภูมิภาคเป็นเวลา 6-10 เดือน มีการตรวจสอบสุขภาพ ให้อาหารและถ่ายพยาธิ มีการสักรูและติดเบอร์รู สามารถใช้เป็นรหัสในการสืบย้อนกลับเพื่อตรวจสอบความปลอดภัยของอาหาร

2. การส่งโคชำแหละขนส่งโคจากจังหวัดอุบลราชธานีสู่โรงฆ่ามาตรฐานของกรมปศุสัตว์ที่อำเภอเชียงยืน จังหวัดมหาสารคาม โดยพบว่าทำให้สารละลายเกลือแร่แก่โคในอัตราส่วน 56 กรัม/น้ำ 1 ลิตร ลดการสูญเสียน้ำหนักตัวจากการขนย้ายได้ เนื้อชิ้นส่วนหลักจัดส่งให้บริษัทเบทาโกรทางรถห้องเย็นเพื่อนำไปจำหน่ายยังศูนย์สรรพสินค้ากลุ่มเดอะมอลล์ สยามพารากอน และเอ็มโพเรียม ในระยะแรกบริษัททดลองนำไปจำหน่าย จำนวน 7 ชิ้นส่วน ระยะที่ 2 จำนวน 10 ชิ้นส่วน ระยะที่ 3 จำนวน 13 ชิ้นส่วนโดยยังเหลือส่วนเนื้อสีข้างและพื้นที่้อง ราคาจำหน่ายส่งให้กับบริษัทจะแตกต่างกันในแต่ละชิ้นส่วนระหว่าง 125 – 280 บาทต่อกิโลกรัมโดยเนื้อสันในมีราคาสูงสุด ชิ้นส่วนอื่นๆที่คงเหลือจะนำมาจำหน่ายในท้องถิ่น

3. เนื้อชิ้นส่วนรองที่นำกลับมาจำหน่ายยังจังหวัดอุบลราชธานี มีการจำหน่ายเป็น 2 ลักษณะ ในรูปเนื้อสดและผลิตภัณฑ์ เมื่อนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ช่วยทำให้มูลค่าของเนื้อเพิ่มขึ้นและผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมคือเนื้อแดดเดียว

4. เกษตรกรได้รับผลตอบแทนในรูปเนื้อทั้งหมด(รวมทั้งไขมัน)ที่เลาะออกจากซากในราคา 105 บาท/กิโลกรัม ซึ่งเทียบเป็นราคาน้ำหนักมีชีวิตคือ 36 บาท/กิโลกรัม โคที่มีคะแนนความสมบูรณ์ของร่างกายระดับ 6 หรือน้ำหนักระหว่าง 180-200 กิโลกรัม จะมีเปอร์เซ็นต์ซากและเปอร์เซ็นต์เนื้อสูงสุด การวิเคราะห์รายรับรายจ่ายของโครงการซึ่งทำหน้าที่ประสานระหว่างกลุ่มเกษตรกรและภาคเอกชน พบว่ามีรายจ่ายค่าดำเนินการในโรงฆ่าและอื่นๆอีก 1,050 บาทต่อตัว ซึ่งหากจำหน่ายเนื้อทุกชิ้นส่วนทั้งเนื้อส่วนหลักและเนื้อส่วนรองได้ตามราคาเป้าหมาย(115-280บาท/กิโลกรัม) สามารถใช้เป็นต้นแบบการจัดการเนื้อโคธรรมชาติสู่ผู้บริโภคได้

## Abstract

The purpose of this research was to develop management model of natural beef for consumers using natural beef production from Ubonratchathani as case study. The results were as follows:

1. Four groups of farmer networks were formed, namely; mountain, organic rice paddy, pasture and Sirithorn dam side cattle group. Group member consisted of 31 farmers with 181 cattle registered in the project to be slaughter 15-20 heads/month. The registered cattle were 1½ - 2 ½ years old, vaccinated, health-examined and raised under natural environment. All cattle were identified by ear tattoo and ear tags for traceability in food safety.

2. Cattle were transported to standard slaughter house in Chaingyeun district, Mahasarakham province. They were treated by electrolyte solution (56 g/1 liter of water) which resulted in the decrease of weight loss from transportation. Primal cut were packed up for Betagro group (Business Sector) to market at modern trade supermarket in Bangkok; The Mall, Siam Paragon and Emporium. Primal cut were taken for 7 parts in the first stage and then increased to 10 and 13 parts with only flank and plate left in the later. Wholesale prices of primal cut were 125-280 baht/kg with the highest price held by fillet part. Rough cut left were taken for sale in local.

3. Rough cut were sold in local in two forms; fresh meat and meat product. Selling meat product could increase value-added and dried meat held the best seller.

4. Farmers got the return as 105 baht/kg of whole meat (including fat) removed out from carcass which equal to 36 baht/kg live-weight. Cattle with body score of 6 or live weight between 180-200 kg. gave the highest carcass and meat percentage. The research project as coordinator among farmers and business sectors expended 1,050 baht for slaughter and other management. When all parts of meat including primal and rough cut obtained target price (115-280 baht/kg), the model could be set up to develop managing system of natural beef to consumers.